

УДК 338.45:621

Дзюба І.В.,
магістр
Шашина М.В.,
к.е.н., доц.

ВПЛИВ ФАКТОРІВ НА ЗБІЛЬШЕННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто ряд факторів впливу на збільшення прибутковості підприємства. Запропоновано та розраховано ефект від здійснення деяких заходів для покращення фінансового результату.

In the article the row of factors of influence is considered on the increase of profitability of enterprise. An effect is offered and expected from realization some the way for the improvement of financial result.

Вступ. Кінцевим результатом, який формує фінансові ресурси підприємства, забезпечує його стабільність і конкурентоспроможність на ринку товарів та послуг, є прибуток. Саме на основі одержаного прибутку будь-яке підприємство незалежно від форми власності та виду діяльності виконує свої функції, спрямовуючи кошти на власний розвиток, на соціальні потреби, у фонд матеріального заохочування та на ін. Тому у сучасних умовах прибуток стає не тільки важливим показником, а й метою роботи кожного підприємства, об'єднання та інших ринкових структур. Актуальним питанням є дослідження впливу різних факторів (внутрішніх та зовнішніх) на зростання прибутку підприємства. Сутність прибутку, його значення та фактори зростання розглядаються у працях таких вчених: В.Д. Базилевича, І.А. Бланка, С.В. Зазанської, С.Ф. Покропивного, А.М. Поддєрьогіна та ін.

Постановка задачі. Метою статті є огляд чинників формування доходу підприємств у ринковій економіці та розрахунок отримання додаткового доходу від збільшення реалізації продукції.

Методологія. Теоретичною та методологічною основою досліджень є загальнонаукові та спеціальні економічні методи пізнання явищ та процесів.

Результати дослідження. Для підприємства результати діяльності можуть бути зведені до двох основних видів: обсяг продукції та прибуток. Відзначимо, що процес виробництва може супроводжуватися одержанням різного роду результатів, як позитивних (наприклад, вироблена продукція, що користується ринковим попитом), так і негативним (наприклад, бракована продукція, продукція, що не має попиту на ринку з певних причин тощо)[2].

Особливо важливим показником діяльності підприємства є сума прибутку, отриманого ним з усіх джерел. Прибуток є грошовим виразом чистого доходу підприємства, отриманого від усіх видів його діяльності й зумовленого різницею між його сукупним доходом і сукупними видатками.

Прибуток – головний спонукальний мотив власників, менеджерів і працівників підприємства до успішної діяльності. Прибуток забезпечує власникові підприємства певний рівень добробуту, а також його зростання в результаті капіталізації частини прибутку. Менеджери зацікавлені в одержанні підприємством прибутку, оскільки він є найважливішим критерієм їх діяльності з управління підприємством. Для працюючих інших категорій зростання прибутку забезпечує одержання підвищення сум за дивідендами тих працівників [5].

Резерви зростання прибутку - це кількісно вимірні можливості його збільшення за рахунок зростання об'єму реалізації продукції, зменшення витрат на її виробництво і реалізацію, недопущення зовні реалізаційних збитків, вдосконалення структури вироблюваної продукції. При підрахунку резервів зростання прибутку за рахунок можливого зростання об'єму реалізації використовуються результати аналізу випуску і реалізації продукції[3].

Обсяг реалізованої продукції є одним з найважливіших показників результатів економічної діяльності підприємства. За допомогою цього показника оцінюється вартість продукції (робіт, послуг), що не тільки завершена виробництвом, але вже продана, а гроші за неї надійшли на розрахунковий рахунок підприємства. Загальний вигляд формули для його розрахунків такий:

$$P_{\text{рез}}^{\Pi} = \sum_{i=1}^n \Pi_i \cdot PP_{ki} \quad (1),$$

де $P_{\text{рез}}^{\Pi}$ — резерв зростання прибутку за рахунок збільшення об'єму продукції, грн.;

Π_i — сума прибутку на одиницю i -й продукції, грн.;

PP_{ki} — кількість додатково реалізованої продукції в натуральних одиницях виміру.

Якщо прибуток розрахований на гривню товарної продукції, сума резерву її зростання за рахунок збільшення об'єму реалізації визначається за формулою:

$$P_{\text{рез}}^{\Pi} = PV \cdot \frac{\Pi}{V} \quad (2),$$

де PV — потенційно можливе збільшення об'єму реалізованої продукції, грн.;

Π — фактичний прибуток від реалізації продукції, грн.;

V — фактичний об'єм реалізованої продукції, грн..

Основними чинниками, за допомогою яких можливе зростання доходу для сучасних підприємств є:

- 1)результативна логістика (оптимізація каналів розподілу, стимулювання збуту);
- 2)упровадження сучасних ІТ-технологій;
- 3)ефективна реклама, яка підтримує репутацію товарів, формує довіру споживачів до них, допомагає в завоюванні ринку);
- 4)дієва організація управління (організаційна структура, система управління, фірмова культура; престиж та імідж фірми; комунікації, соціально-психологічний клімат).

Вплив цих чинників формування доходу та розмір додаткового доходу від них неможливо розрахувати напряму. Тому об'єднуємо їх однією економічною категорією «непрямі доходи».

Урахування впливу непрямих доходів при аналізі чинників формування доходу дасть змогу вийти на новий, якісно вищий рівень підготовки рекомендацій для оперативного й стратегічного управління доходами підприємства.

Практичне використання цього критерію дасть змогу стабільно підвищувати доходи підприємства і її власників за рахунок [2]:

- 1)відокремлення бізнес-процесів, які не дають додаткового доходу, вкладання додаткових коштів та оптимізації тих процесів, які є ефективними та створюють свою частку вартості;
- 2)вдосконалення управління логістикою шляхом наукового обґрунтування ефективності потоків збуту та постачання активів;
- 3)упровадження сучасних видів реклами та ПР-технологій згідно з вимогами споживачів, оцінювання їх ефективності, збору інформації стосовно змін на ринку та нових споживчих цінностей;
- 4)підвищення якості продукції, продуктивності праці, стимулювання ініціативи, мотивації праці, довіри персоналу.

Досвід показує, що ефективно організована логістична діяльність спроможна надати підприємству додатковий непрямий дохід за рахунок підвищення швидкості просування товару до споживача, ефективна рекламна діяльність дає додатковий дохід у вигляді можливості підвищення ціни та збільшення обсягу продажу продукції. Імідж підприємства, його соціальна відповідальність дають додаткові привілеї для бізнесу при налагоджених відносинах з органами влади та додатковий дохід при збільшенні обсягу попиту на продукцію з боку населення в разі усвідомлення того факту, що конкретне підприємство є соціально відповідальним.

Застосовуючи даний досвід підприємств-аналогів до нашого підприємства ми спробуємо спрогнозувати збільшення доходу від реалізації продукції підприємства на 15% в наступному періоді.

Розрахуємо резерв збільшення прибутку за рахунок збільшення об'єму реалізації продукції:

Отримаємо:

$$PV = 71286 \cdot 0,15 = 10692,9 \text{ тис.грн.}$$

$$P_{\text{с}}^{\text{п}} = 10692,9 \cdot \frac{64477}{71286} = 9623,6 \text{ тис.грн.}$$

Таким чином, збільшивши об'єм реалізації продукції на 15% підприємство, що розглядається нами, збільшить свій прибуток на 9623,6 тис.грн.

Важливий напрям пошуку резервів зростання прибутку - зниження витрат на виробництво і реалізацію продукції, наприклад, сировини, матеріалів, палива, енергії, амортизації основних засобів та інших витрат.

Витрати підприємства на здійснення своєї діяльності в цілому і по статтям за період що аналізується і за попередній представлені в табл.1.

Як видно з табл.1, найбільша частина витрат — це матеріальні витрати, вони склали 5032 тис.грн., проте вони значно підвищились у 2009 році порівняно з 2008 роком. Це являє собою негативний факт, оскільки при урахуванні збільшення доходів від реалізації товарів таке збільшення матеріальних витрат свідчити про погіршення діяльності підприємства.

Таблиця 1

Структура витрат Казенного заводу порошкової металургії

Найменування показника	За 2008 р., тис.грн.	За 2009 р., тис.грн.	Відхилення, тис.грн.
Матеріальні затрати	32831	37863	5032
Витрати на оплату праці	15151	17414	2263
Відрахування на соціальні заходи	5687	6609	922
Амортизація	2178	2229	51
Інші операційні витрати	1483	444	-1039
Разом	57330	64559	7229

Для того, щоб витрати по статтях привести в порівняльні значення, перерахуємо їх на 1 гривню реалізованої продукції, отримані дані зведені в таблиці 2.

Таблиця 2

Витрати на 1 гривню товарної продукції

Найменування показника	За 2008 р.	За 2009 р.	Відхилення
Матеріальні затрати	0,45	0,44	0,01
Витрати на оплату праці	0,298	0,319	-0,021
Відрахування на соціальні заходи	0,115	0,123	-0,008
Амортизація	0,02	0,016	0,004

Інші операційні витрати	0,018	0,017	0,001
Разом	0,9	0,915	-0,015

Як показують дані таблиці 3, існують резерви зниження собівартості продукції за рахунок зменшення матеріальних затрат, амортизаційних відрахувань та інших операційних витрат. Всі перелічені показники затрат на 1 грн. товарної продукції збільшились порівняно з попереднім періодом, і являють собою негативні відхилення від досягнутих у попередньому періоді.

Можливе зниження витрат на гривню товарної продукції дорівнює:

$$(0,45 - 0,44) + (0,02 + 0,016) + (0,018 - 0,017) = 0,015 \text{ грн.}$$

Витрати на гривню товарної продукції в 2009 році склали 0,9 грн., зниження цієї суми на 0,015 грн. дозволить збільшити суму прибутку. Розрахуємо резерв збільшення суми прибутку:

$$P_c^{\Pi} = 0,015 \cdot (1286 + 9623,6) = 0,015 \cdot 80909,6 = 1213,6 \text{ тис. грн.}$$

А це у свою чергу підвищить рентабельність продажів.

Фактична рентабельність продажів у 2009 році склала 9,5%.

Можлива рентабельність продажів при зниженні на 0,015 грн. витрат на 1 гривню реалізованої продукції складе:

$$R_{n(m)} = \frac{23065 + 1213,6}{184452} * 100 = 13,16\%$$

Істотним резервом зростання прибутку є поліпшення якісного складу товарної продукції. Дотримання технологічної дисципліни, контроль за роботою устаткування, умови зберігання і транспортування сировини продукції є найважливішими чинниками підвищення якості товарної продукції.

Узагальнимо всі виявлені резерви зростання прибутку в таблиці 3.

Таблиця 3. Загальні резерви збільшення суми прибутку

Джерело резервів	Резерв збільшення прибутку, тис. грн.
Збільшення об'єму продажів	9623,6
Зниження собівартості продукції	1213,6
Разом	10837,2

Основними джерелами резервів підвищення рівня рентабельності продукції є збільшення суми прибутку від реалізації продукції, зниження собівартості товарної продукції. Для підрахунку резервів збільшення рентабельності продажів може бути використана наступна формула:

$$P^R = R_m - R_{\phi} = \frac{\Pi_{\phi} + P^{\Pi}}{C_m} - \frac{\Pi_{\phi}}{B_{\phi}} \quad (4),$$

де P^R — резерв зростання рентабельності;

P_{ϕ} — фактична сума прибутку;

P — резерв зростання прибутку від реалізації продукції;

C_m — можлива собівартість продукції з урахуванням резервів;

B_{ϕ} — фактична сума витрат по реалізованій продукції.

Можлива сума витрат на 1 гривню товарної продукції:

$0,9 - 0,015 = 0,885$ грн., отже можлива собівартість дорівнює:
 $0,885 * 64477 = 57062,15$ тис.грн.

Підставивши всі відомі дані у формулу (4) отримаємо резерв збільшення рентабельності продажів підприємства, за рахунок названих вище чинників, на 2,06%.

Таким чином, при збільшенні об'єму виробництва і реалізації продукції заводу на 15%, зниженні на 0,015 грн. витрат на 1 гривню товарної продукції підприємство одержить додатковий прибуток в сумі 10837,2 тис.грн. і збільшить рентабельність продажів на 2,06%.

На основі проведених розрахунків встановлено, що на підприємстві існують наступні резерви поліпшення результатів діяльності:

а) Резерв збільшення прибутку за рахунок збільшення обсягів реалізації продукції. Факторний аналіз прибутку показав, що обсяги реалізації товарів підприємства в 2009р. зменшилися порівняно з 2008р. через що підприємство недоотримало потенційно можливий прибуток в розмірі 1690,2 тис.грн. Це зменшення зумовлене зменшенням замовлень з боку клієнтів, через цінову політику підприємства. Однак, можливе збільшення обсягу реалізації на 15% матиме позитивні наслідки. Досягнути цього збільшення можливо шляхом проведення рекламної акції серед постійних клієнтів, яка буде стимулювати їх повернути попередні обсяги замовлень. Реалізація цього резерву дасть змогу додатково отримати 9623,6 тис.грн. прибутку.

б) Резерв збільшення прибутку за рахунок зменшення витрат підприємства. Аналіз витрат підприємства продемонстрував збільшення собівартості продукції, тобто закупочних цін на товари, збільшення амортизації та інших операційних витрат в 2009 р. порівняно з 2008, згідно аналізу витрати на 1 гривню реалізованої продукції по цих статтях збільшились. Розмір цих перевитрат являє собою резерв збільшення прибутку, оскільки підприємство відхилилось від вже досягнутого рівня витрат і потенційно може до нього повернутись. Реалізація цього резерву можлива головним чином за рахунок зменшення закупочних цін на товари, оскільки ця стаття затрат має найбільшу питому вагу. Зменшити закупочні ціни можна шляхом збільшення закупочних партій і отримання відповідних знижок, що стає можливим при реалізації резерву збільшення прибутку зазначеного

вище. Реалізація цього резерву дозволить додатково отримати 1213,6 тис.грн. прибутку.

Висновки. Наукова новизна отриманих результатів полягає у покращенні теоретико-методичних підходів дослідження факторів на збільшення прибутку підприємства. Були надані рекомендації та проведено розрахунок по збільшенню суми отриманого прибутку підприємством.

Отже, на підвищення прибутковості підприємства та збільшення ресурсів впливає ряд визначених зовнішніх та внутрішніх чинників, а також тих, які безпосередньо залежать від підприємства та тих факторів, що не залежать від них. Шляхами підвищення прибутковості підприємств є зниження собівартості продукції, збільшення обсягів виробництва, підвищення якості продукції. Основними джерелами резервів зниження собівартості продукції є: збільшення обсягу її виробництва за рахунок повнішого використання виробничих потужностей підприємства; скорочення витрат на її виробництво за рахунок підвищення рівня продуктивності праці; ощадливого використання сировини, матеріалів тощо.

Таким чином, впровадження запропонованих заходів дозволить реалізувати виявленні резерви та покращить загальну якість функціонування підприємства в цілому. Враховуючи отримані результати, а саме збільшення прибутку, дасть можливість залучення додаткових коштів у вигляді інвестицій або у вигляді кредиту для розширення діяльності підприємства.

Література

1. Шмиголь Н.М. Методи управління прямими і непрямими доходами підприємства в умовах конкуренції.// Економіка: проблеми теорії та практики. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2010. – Вип.226.
2. Карпенко Г. Шляхи удосконалення фінансового стану підприємств//Економіка та держава. – 2008. - №12. – С.40-42.
3. Захарченко В.О., Счасна С.І. Систематизація методів оцінки фінансового стану підприємства//Фінанси України. – 2005. - №1.- С.30-32.
4. Обущак Т.А. Сутність фінансового стану підприємства//Актуальні проблеми економіки. – 2007. - №9. – С. 232-236.
5. Поддєрьогін А.М., Буряк Л.Д. Фінанси підприємства: Підручник. – К. КНЕУ, 2000, - 460с.
6. Базилевич В. Макроекономіка: Підручник/ В.Базилевич, К.Базилевич, Баластрик. – К.: Знання, 2004. – 851с.